

Список литературы

1. Алексеева О. Привлечение пожертвований российских компаний. [Электронный ресурс]. М., 2001. Режим доступа: <http://www.focus-media.ru/new-fr.htm>.
2. Арзамасцев А. А. Основы фандрайзинга – учебное пособие. Тамбов: ТГУ им. Г.Р. Державина, 2003. 120 с.
3. Алексеева О. Тактика поиска средств у частных лиц. [Электронный ресурс]. М., 2001. Режим доступа: <http://www.focus-media.ru/new-fr.htm>.
4. Бареев В.А. Фандрайзинг: привлечение средств на некоммерческую деятельность. Санкт-Петербург, 2005. 179 с.
5. Баяндина Е. Фандрайзинг: секретов нет. Только без паники! Люди и деятельность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fundraisingpro.ru/articles/15-cw.html>.

Н. И. Петухова, Р. И. Гарипов

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Изучение сути и основных функций предпринимательства позволяет оценить перспективы его развития, а также проанализировать механизм организации предпринимательской деятельности с учетом использования системы законодательства страны, посткризисных тенденций в экономике и вступления России в ВТО. Это обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Для того, чтобы выделить и проанализировать институциональные факторы необходимо сначала выяснить и рассмотреть экономические понятия и категории, которые раскрывают сущность малого предпринимательства.

С целью глубокого изучения требуется проследить эволюцию терминов «предпринимательство» и «предприниматель», часть их которых представлены в таблице. На наш взгляд совокупность данных понятий отражают особенности малого предпринимательства.

Таблица 1

Эволюция понятий «предпринимательство» и «предприниматель» [1, с. 438]

Дата	Автор	Содержание понятия
1	2	3
Средние века	-	Предприниматель – человек, отвечающий за выполнение крупномасштабных строительных или производственных проектов
XVII век	-	Предприниматель – лицо, заключившее с государством договор оговоренной стоимости и несущее абсолютную ответственность за его выполнение

1	2	3
1723	Всеобщий словарь Коммерции, г. Париж	Предприниматель – человек, берущий на себя обязательство по производству или строительству объекта
1830	Жан Батист Сей	Предпринимательство – это целесообразная комбинация факторов производства в данной точке рыночного пространства. Предприниматель – человек, организующий людей в рамках производственной единицы. Бизнесмен стоит в центре процесса производства и распределения, а в основе предпринимательской деятельности лежит способность образовать производство и сбыт продукции
1961	Дэвид Макклелланд	Предприниматель – активный человек, действующий в ситуациях умеренного риска
1992	А. А. Крупанин	Предпринимательство – активная деятельность граждан, заключающаяся в выработке продукции и услуг, направленная на получение прибыли и осуществляемая в рамках действующего законодательства и нравственных норм современного общества
2000	М. П. Войнаренко	Предприниматель – новатор, превращающий идею в экономически обоснованную и необходимую себе и обществу действительность

Таким образом, обобщив выше изложенные определения, можно сказать что *предпринимательство* – это процесс создания новых товаров, работ, услуг, обладающих ценностью для потребителей; процесс удовлетворения постоянно растущих потребностей; процесс, осуществляемый на основе постоянного комбинирования факторов производства, эффективного использования имеющихся ресурсов для достижения наилучших результатов [2, с. 10]. Однако, как и любая деятельность, для развития малого предпринимательства требуются ряд условий:

1. Конкуренция (экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение, благодаря этому, максимальной выгоды);

2. Частная собственность как базис предпринимательства (является важнейшим условием производственной деятельности и составляет имущественную основу хозяйствования);

3. Постоянство государственной, экономической и социальной политики (стабильность государственной, экономической и социальной ситуации в стране);

4. Льготный налоговый режим (налоговые льготы, которые предоставляются предприятию при налогообложении);

5. Развитая инфраструктура помощи предпринимательству (всесторонняя поддержка предпринимательства);

6. Доступная для предпринимателей кредитная система (предприятия имеют право делать вклады в банк на рублевые или валютные счета, на депозиты, приобретать или продавать ценные бумаги и т. д.).

Существование этих условий обеспечивает содержание и характеризует среду, в которой развивается предпринимательство. Именно среда выступает институциональной основой развития предпринимательства, которая определяет экономическую, социально-культурную, технологическую, организационную, техническую и географическую ситуацию.

Для экономики в целом деятельность малых фирм является важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого предпринимательства специалисты судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке. Для России, находящейся на начальном этапе развития рыночных отношений, именно создание и развитие сектора малого предпринимательства должно стать основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Несмотря на трудности и неудачи, малое предпринимательство развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические проблемы.

Список литературы

1. Асаул А. Н., Войнаренко М. П., Ерофеев П. Ю. Организация предпринимательской деятельности: учебник / под ред. А. Н. Асаула. СПб.: Гуманистика, 2004. 448 с.
2. Лапуста М. Г. Предпринимательство: учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 608 с.

Е. А. Проворова, Н. Э. Майн

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрение организаций как сообществ, имеющих единообразное понимание своих целей, значения и места, ценностей и поведения, вызвало к жизни понятие организационной культуры. Организация формирует собственный облик, в основе которого лежат специфическое качество производимой продукции и оказываемых услуг, правила поведения и нравственные принципы работников, репутация в деловом мире и т. п. Корпоративная или организационная культура относится к факторам внутренней среды организации: это образ жизни, мышления, действия и существования.

Во второй половине прошлого века понятие организационной культуры прочно вошло в лексикон руководителей организаций. Одни видели в ней причину своих неудач при внедрении нововведений, другие объясняли принципиальную невозможность управления любой организацией в полном объеме, третьи пытались использовать культуру как неисчерпаемый